

2022-2027 年中国血压计行业市场规模与投资前景分析报告

内容概要：

由于居民生活环境、工作环境和生活习惯的变化，高血压、心脑血管病、恶性肿瘤、糖尿病等严重疾病的患病人数在不断增加，已成为威胁人民健康的主要病种。日常的血压、血糖等身体健康指标的测量和监控越来越体现出必要性，专业检测家庭化、个人化。

目前，我国高血压患病率持续增长，全国年平均新增高血压患者 1000 万人，患病人数达 2.45 亿。随着近年高血压防控工作落实，高血压控制状况虽有所好转，但依旧处于较低水平。

我国实施的“健康中国 2030”计划提出，到 2030 年我国 30 岁以上居民高血压知晓率不低于 65%，高血压规范管理率不低于 70%，高血压治疗控制率持续提高。不仅要求 18 岁以上人群知晓自己的血压，同时建议处于血压高值范围的人群尽早进行血压管理，控制高血压的危险因素，为高血压防治及血压计等相关产业的发展带来政策上的春风，市场前景广阔。

前海中泰咨询结合了大量一手市场调研数据以及已有的专业数据库、公开数据信息、合作资源渠道等数据信息资源，从概念篇、政策技术篇、市场规模篇、竞争环境篇、前景趋势篇五个角度对血压计行业进行全面、深度、客观的系统分析和研究，涉及产业链结构、技术图谱、政策汇总、国内外市场、典型企业、前景趋势等，为读者总览整个行业发展提供便利。

本研究报告数据主要依据于国家统计局、国家商务部、海关总署、国研网、卫健委、中国医疗器械行业协会、中国知网、前海中泰数据库以及国内外重点期刊杂志等渠道的基础信息，数据详实丰富、准确全面。本研究报告为血压计行业相关企业、科研单位、投资企业等准确了解血压计行业现状和市场动态，把握定位和投资机遇提供投资决策参考依据，从而在竞争中赢得先机！

■ 基本信息

服务形式：电子版/印刷版

交付方式：Email 或特快专递

中文版价格：RMB 12800

英文版价格：USD 8600

服务热线：400-6630-998

订购专线：0755-32919669

订购邮箱：service@qhztzx.com

公司网址：www.qhztzx.com

出版日期：动态更新

■ 核心竞争力

- **数据库资源：**涵盖前海中泰数据库、中外文数据库、政府官方数据、合作伙伴资源共享数据库五大主要板块。
- **咨询经验丰富**
- **专业咨询团队**
- **社会公共资源**
- **服务水平与质量**
- **不断创新与探索**

■ 核心业务

产业研究 可行性研究报告

园区规划 商业计划书

产业规划 资金申请报告

上市咨询 企业管理咨询

市场调研 投资价值分析报告

招商策划 项目稳定回报论证

数据分析 投资风险评估报告

2022-2027 年中国血压计行业市场规模与投资前景分析报告

■ 报告目录

概念篇

第 1 章 血压计行业发展综述

1.1 血压计概念界定

- 1.1.1 血压计定义及特性
- 1.1.2 血压计基本原理
- 1.1.3 血压计产品类型

1.2 电子血压计基本介绍

- 1.2.1 电子血压计定义
- 1.2.2 电子血压计特征
- 1.2.3 电子血压计优劣势

1.3 电子血压计主要部件

- 1.3.1 传感器
- 1.3.2 信号处理器
- 1.3.3 计数器
- 1.3.4 外壳

1.4 智能血压计基本介绍

- 1.4.1 智能血压计定义
- 1.4.2 智能血压计特征
- 1.4.3 智能血压计优劣势

第 2 章 血压计产业链全景图及上游市场分析

2.1 血压计产业链结构全景图

2.2 血压计上游市场发展状况

- 2.2.1 血压计的硬件类型

- 2.2.2 MCU
- 2.2.3 传感器
- 2.2.4 通信模组
- 2.2.5 LCD 屏

政策技术篇

第 3 章 我国血压计行业政策环境分析

- 3.1 血压计行业政策环境分析
 - 3.1.1 行业监管体系及机构介绍
 - 3.1.2 血压计相关执行规范标准
- 3.2 血压计行业重点政策规划解读

第 4 章 我国血压计行业技术发展分析

- 4.1 电子血压计技术演变历程
 - 4.1.1 第一代电子血压计（G1-NIBPM）
 - 4.1.2 第二代电子血压计（G2-NIBPM）
 - 4.1.3 第三代电子血压计（G3-NIBPM）
 - 4.1.4 第四代电子血压计（G4-NIBPM）
 - 4.1.5 智能血压计
- 4.2 血压计行业发展关键技术分析
 - 4.2.1 血压测量技术原理
 - 4.2.2 电子血压计关键技术
 - 4.2.3 智能血压计关键技术
- 4.3 血压计相关专利申请情况
 - 4.3.1 专利申请
 - 4.3.2 热门技术领域
- 4.4 血压计行业技术发展趋势

市场规模篇

第 5 章 全球血压计行业发展分析及经验借鉴

- 5.1 全球血压计行业发展概况
- 5.2 全球医疗血压计行业发展分析
 - 5.2.1 全球医疗血压计市场发展状况
 - 5.2.2 全球医疗血压计市场竞争格局分析
 - 5.2.3 全球医疗血压计市场发展前景
- 5.3 全球主要国家（地区）市场分析
 - 5.3.1 美国
 - 5.3.2 日本
 - 5.3.3 欧洲
- 5.4 全球医疗血压计重点企业分析
 - 5.4.1 欧姆龙 OMRON
 - 5.4.2 松下 Panasoni
 - 5.4.3 迈克大夫 Microlife

第 6 章 我国血压计行业市场规模分析

- 6.1 互联网对血压计行业影响分析
 - 6.1.1 医疗电商迎来历史机遇期
 - 6.1.2 电商平台血压计销售情况
 - 6.1.3 血压计电商市场发展有利因素
 - 6.1.4 血压计电商市场发展制约因素
- 6.2 我国血压计行业市场规模分析
 - 6.2.1 血压计行业发展特点
 - 6.2.2 血压计行业市场规模分析
 - 6.2.3 血压计渗透率情况

第 7 章 我国血压计行业需求市场分析

- 7.1 血压计用户画像
 - 7.1.1 用户认知程度分析
 - 7.1.2 用户需求特定分析
 - 7.1.3 用户购买途径分析

7.2 我国血压计行业需求市场分析

- 7.2.1 血压计行业需求市场
- 7.2.2 血压计行业客户结构
- 7.2.3 血压计行业市场价格状况

7.3 我国血压计行业营销渠道分析

- 7.3.1 血压计行业销售渠道
- 7.3.2 销售渠道存在问题剖析

第 8 章 我国血压计行业进出口市场分析

- 8.1 我国血压计行业进口市场分析
- 8.2 我国血压计行业出口市场分析
- 8.3 我国血压计行业进出口趋势前景

竞争环境篇

第 9 章 我国血压计行业竞争格局分析

9.1 血压计行业波特五力分析模型

- 9.1.1 现有企业间竞争
- 9.1.2 潜在进入者分析
- 9.1.3 替代品威胁分析
- 9.1.4 供应商议价能力
- 9.1.5 购买者议价能力

9.2 我国血压计产品竞争力分析

9.3 外资血压计品牌竞争优势分析

第 10 章 我国血压计行业标杆企业竞争分析

10.1 江苏鱼跃医疗设备股份有限公司

- 10.1.1 企业发展概况
- 10.1.2 血压计产品分析
- 10.1.3 血压计生产情况
- 10.1.4 企业经营状况

10.2 天津九安医疗电子股份有限公司

- 10.2.1 企业发展概况
- 10.2.2 血压计产品分析
- 10.2.3 血压计生产情况
- 10.2.4 企业经营状况

10.3 广东乐心医疗电子股份有限公司

- 10.3.1 企业发展概况
- 10.3.2 血压计产品分析
- 10.3.3 血压计生产情况
- 10.3.4 企业经营状况

10.4 湖南可孚医疗科技发展有限公司

- 10.4.1 企业发展概况
- 10.4.2 血压计产品分析
- 10.4.3 血压计生产情况
- 10.4.4 企业经营状况

10.5 优盛医疗电子（上海）有限公司

- 10.5.1 企业发展概况
- 10.5.2 血压计产品分析
- 10.5.3 血压计生产情况
- 10.5.4 企业经营状况

前景趋势篇

第 11 章 我国血压计行业市场前景及趋势预测

11.1 我国血压计市场发展前景

- 11.1.1 血压计市场需求因素分析
- 11.1.2 血压计市场发展前景展望

11.2 我国血压计市场发展趋势预判

- 11.2.1 血压计行业发展趋势
- 11.2.2 血压计行业应用趋势预测

第 12 章 血压计行业投资价值评估分析

12.1 血压计行业投资特性分析

12.1.1 血压计行业进入壁垒分析

12.1.2 血压计行业经营模式分析

12.2 血压计行业发展驱动因素分析

12.3 血压计行业投资风险预警

第 13 章 研究结论及发展建议

13.1 血压计行业研究结论

13.2 血压计行业发展建议

13.2.1 行业发展策略建议

13.2.2 行业投资方向建议

13.2.3 行业投资方式建议

■ 图表目录

图表详情见报告原文。

报告咨询及订购需求请致电 400-6630-998!

如需了解报告详细内容，请直接致电前海中泰咨询客服中心。

全国服务热线：400-6630-998 0755-32919669

QQ 在线咨询：2013746518 3119207588

电子邮箱：service@qhztzx.com

公司网站：www.qhztzx.com

大批量采购报告可享受会员特惠，详情请来电咨询，我们会竭诚为您服务！

【版权声明】 本报告由前海中泰咨询出品，版权归前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司所有，拥有唯一著作权。前海中泰咨询的咨询产品为有偿提供给购买该产品的客户使用，并仅限于该客户内部使用。本报告及相关资料未经前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司书面授权许可，任何网站或媒体不得复制、转载或引用。